

Jurusan Manajemen Informatika  
Program Studi Komputerisasi Akuntansi  
Skripsi Sarjana Komputer  
Semester VIII tahun 2000

**ANALISIS DAN PERANCANGAN  
SISTEM INFORMASI EKSEKUTIF PEMASARAN PADA  
PT. NEWSHIP NUSABERSAMA**

Citra dewi ( 0223960020 )  
Heri ( 0223960086 )  
Lyli ( 0223960951 )  
Kelas MBT Kelompok VII

**Abstrak**

Sehubungan dengan cepatnya perkembangan dan semakin ketatnya persaingan di bidang pelayaran, informasi yang cepat dan akurat sangatlah penting khususnya bagi para eksekutif, terutama untuk analisa, perencanaan maupun pengambilan keputusan. Oleh sebab itu, kami merancang suatu Sistem Informasi Eksekutif bagian pemasaran pada PT. Newship Nusabersama.

Adapun metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis dengan mengadakan survei dan wawancara langsung dengan pihak eksekutif serta studi pustaka. Sedangkan untuk perancangan sistem dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman *Visual Basic 5.0* dan *Microsoft Access 97*.

Hasil dari analisis dan perancangan ini diharapkan mampu memenuhi kebutuhan informasi eksekutif baik internal maupun eksternal dengan menggunakan teknik *drill down* maupun *drill across*, dimana informasi tersebut ditampilkan dalam bentuk tabel dan grafik.

Dengan demikian, adanya Sistem Informasi Eksekutif ini diharapkan akan memudahkan para eksekutif dalam melakukan perencanaan dan pengambilan keputusan yang tepat.

**Kata Kunci :** Sistem Informasi Eksekutif, Pemasaran, Analisis dan Perancangan.

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat yang telah dilimpahkan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai persyaratan dalam menyelesaikan jenjang studi Strata-1 (S1) di Universitas Bina Nusantara.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh bantuan, dorongan, semangat dan dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ayah, Ibu dan Saudara-Saudara penulis yang telah memberikan dukungan, baik moral maupun material kepada penulis.
2. Ibu Ir. Theresia Widia Soeryaningsih, MM., sebagai Rektor Universitas Bina Nusantara.
3. Bapak H. Mohammad Subekti, M.Sc., selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, dorongan, informasi, petunjuk, nasehat serta motivasi yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Thompson Susabda Ngoen, S.Kom., M.Sc., selaku Ketua Jurusan Manajemen Informatika.
5. Ibu Henny Hendarti, S.Kom, MM., selaku Ketua Program Studi Komputerisasi Akuntansi.

6. Bapak Erwin Yosef, selaku Marketing Manager PT. Newship Nusabersama, perusahaan dimana penulis melakukan penelitian, yang telah memberikan kesempatan, bantuan serta informasi yang dibutuhkan penulis.
7. Seluruh dosen Universitas Bina Nusantara yang telah memberikan bekal ilmu bagi penulis selama masa kuliah di Universitas Bina Nusantara.
8. Teman-teman penulis yang telah memberikan saran, dukungan dan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada semua pihak yang memerlukannya.

Penulis

## DAFTAR ISI

Halaman Judul Dalam .....	i
Halaman Persetujuan Hardcover .....	ii
Halaman Pernyataan Dewan Penguji .....	iii
Abstrak .....	vi
Kata Pengantar .....	vii
Daftar Isi .....	ix
Daftar Tabel .....	xiii
Daftar Gambar .....	xv
Daftar Lampiran .....	xvii

### BAB 1      PENDAHULUAN

1.1      Latar Belakang .....	1
1.2      Ruang Lingkup Penelitian .....	2
1.3      Tujuan dan Manfaat .....	2
1.4      Metodologi .....	3
1.5      Sistematika Penulisan .....	4

### BAB 2      LANDASAN TEORI

2.1      Definisi Sistem Informasi .....	5
2.1.1      Definisi Sistem .....	5
2.1.2      Definisi Informasi .....	5
2.1.3      Definisi Sistem Informasi .....	6

2.2	Pengertian Eksekutif .....	6
2.3	Sistem Informasi Eksekutif .....	7
2.3.1	Definisi Sistem Informasi Eksekutif .....	7
2.3.2	Karakteristik Sistem Informasi Eksekutif .....	9
2.3.3	Perbedaan SIM, DSS dan EIS .....	11
2.4	Analisis Faktor Pendukung Keberhasilan (CSF) .....	12
2.5	Pemasaran .....	12
2.5.1	Teori Pemasaran .....	12
2.5.2	Strategi Bauran Pemasaran .....	13
2.5.3	Sistem Informasi Pemasaran .....	14
2.6	Analisis SWOT .....	16
2.7	Alat Bantu untuk Analisis dan Perancangan Sistem .....	17
2.7.1	State Transition Diagram (STD) .....	17
2.7.2	Spesifikasi Proses (Pseudocode) .....	18

### BAB 3 ANALISIS SISTEM YANG BERJALAN

3.1	Sejarah Umum PT. Newship Nusabersama .....	19
3.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	20
3.2.1	Pembagian Tugas dan Tanggung jawab .....	21
3.3	Gambaran Sistem yang Berjalan .....	26
3.3.1	Diagram Hubungan Sistem Informasi Pemasaran .....	27
3.3.2	Diagram Nol Sistem Informasi Pemasaran .....	28
3.4	Basis Data yang Digunakan .....	29
3.5	Analisis Critical Success Factors (CSF) .....	34
3.6	Analisis SWOT .....	35

	3.7	Permasalahan yang Dihadapi .....	36
	3.8	Usulan Pemecahan Masalah .....	37
BAB 4		RANCANGAN SISTEM YANG DIUSULKAN	
	4.1	Rancangan Model .....	38
	4.1.1	Model Sistem .....	38
	4.1.2	Diagram Konteks SIE Pemasaran yang diusulkan	40
	4.1.3	Diagram Nol SIE Pemasaran yang diusulkan .....	41
	4.1.4	Model-Model yang Digunakan .....	42
	4.1.5	Dimensi-Dimensi yang Digunakan .....	47
	4.1.6	State Transition Diagram (STD) .....	53
	4.2	Perancangan Basis Data Baru .....	62
	4.3	Perancangan Proses .....	65
	4.3.1	Rancangan Dialog .....	65
	4.3.2	Spesifikasi Proses (Pseudocode) .....	68
	4.4	Rancangan Output .....	82
	4.5	Rencana Implementasi .....	106
	4.5.1	Jadwal Implementasi .....	106
	4.5.2	Spesifikasi Perangkat Keras dan Perangkat Lunak	106
	4.6	Evaluasi Terhadap Sistem Informasi Pemasaran dengan- Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran yang Diusulkan...	108
BAB 5		KESIMPULAN DAN SARAN	
	5.1	Kesimpulan .....	109
	5.2	Saran .....	110

DAFTAR PUSTAKA .....	111
RIWAYAT HIDUP .....	113
LAMPIRAN .....	L-1

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Perbedaan SIM, DSS dan SIE .....	11
Tabel 3.1	Pelanggan .....	29
Tabel 3.2	PetiKemas .....	29
Tabel 3.3	Agent .....	30
Tabel 3.4	Produk .....	30
Tabel 3.5	Pesaing .....	30
Tabel 3.6	Cabang .....	31
Tabel 3.7	Kapal .....	31
Tabel 3.8	Booking .....	32
Tabel 3.9	Promosi .....	32
Tabel 3.10	Piutang .....	32
Tabel 3.11	SI .....	33
Tabel 3.12	Penjualan .....	33
Tabel 3.13	Klaim .....	34
Tabel 4.1	Model Penjualan .....	42
Tabel 4.2	Model Evaluasi Penjualan .....	43
Tabel 4.3	Model Analisis Promosi .....	43
Tabel 4.4	Model Analisis Rasio .....	45
Tabel 4.5	Model Analisis Pesaing .....	46
Tabel 4.6	Model Analisis Pasar .....	46
Tabel 4.7	Dimensi Wilayah .....	47
Tabel 4.8	Dimensi Evaluasi 1 .....	47



Tabel 4.9	Dimensi Evaluasi2 .....	48
Tabel 4.10	Dimensi Evaluasi3 .....	48
Tabel 4.11	Dimensi Produk .....	49
Tabel 4.12	Dimensi ROI .....	49
Tabel 4.13	Dimensi ROE .....	50
Tabel 4.14	Dimensi PMS .....	50
Tabel 4.15	Dimensi Promosi .....	50
Tabel 4.16	Dimensi Periode .....	51
Tabel 4.17	Dimensi Pasar .....	52
Tabel 4.18	Dimensi Pesaing .....	52
Tabel 4.19	Wilayah .....	62
Tabel 4.20	Penjualan .....	62
Tabel 4.21	Evaluasi Penjualan .....	63
Tabel 4.22	Promosi .....	63
Tabel 4.23	Pesaing .....	64
Tabel 4.24	Pasar .....	64
Tabel 4.25	Rasio .....	65
Tabel 4.26	Jadwal Implementasi .....	106
Tabel 4.27	Perbedaan Penyajian Informasi pada Sistem Informasi Pemasaran dengan SIE Pemasaran yang Diusulkan .....	108

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Cara pengambilan keputusan dari proses kerja seorang eksekutif .	8
Gambar 2.2	Sistem Informasi Pemasaran .....	15
Gambar 3.1	Diagram Struktur Organisasi PT. Newship Nusabersama .....	20
Gambar 3.2	Diagram Hubungan Sistem Informasi Pemasaran .....	27
Gambar 3.3	Diagram Nol Sistem Informasi Pemasaran .....	28
Gambar 4.1	Model Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran yang Diusulkan ....	39
Gambar 4.2	Diagram Konteks SIE Pemasaran yang diusulkan .....	40
Gambar 4.3	Diagram Nol SIE Pemasaran yang diusulkan .....	41
Gambar 4.4	State Transition Diagram Menu Utama .....	53
Gambar 4.5	State Transition Diagram Menu SIE Pemasaran .....	54
Gambar 4.6	State Transition Diagram Menu Analisis Penjualan .....	55
Gambar 4.7	State Transition Diagram Menu Evaluasi Penjualan .....	56
Gambar 4.8	State Transition Diagram Menu Analisis Promosi .....	57
Gambar 4.9	State Transition Diagram Menu Analisis Rasio .....	58
Gambar 4.10	State Transition Diagram Menu Analisis Pesaing .....	59
Gambar 4.11	State Transition Diagram Menu Analisis Pasar .....	60
Gambar 4.12	State Transition Diagram Menu Utilities .....	61
Gambar 4.13	Rancangan Dialog Menu Utama .....	66
Gambar 4.14	Rancangan Output Analisis Penjualan Berdasarkan Produk .....	84
Gambar 4.15	Rancangan Output Analisis Penjualan Berdasarkan Periode .....	85
Gambar 4.16	Rancangan Output Analisis Penjualan Berdasarkan Wilayah .....	86
Gambar 4.17	Rancangan Output Ramalan Penjualan .....	87

Gambar 4.18	Rancangan Output Evaluasi Penjualan Berdasarkan Produk .....	88
Gambar 4.19	Rancangan Output Evaluasi Penjualan Berdasarkan Periode .....	89
Gambar 4.20	Rancangan Output Evaluasi Penjualan Berdasarkan Wilayah .....	90
Gambar 4.21	Rancangan Output Analisis Promosi Berdasarkan Produk .....	91
Gambar 4.22	Rancangan Output Analisis Promosi Berdasarkan Periode .....	92
Gambar 4.23	Rancangan Output Analisis Promosi Berdasarkan Wilayah .....	93
Gambar 4.24	Rancangan Output Analisis Promosi Berdasarkan Jenis Media ..	94
Gambar 4.25	Rancangan Output Evaluasi Efektivitas Promosi .....	95
Gambar 4.26	Rancangan Output Analisis Rasio Berdasarkan ROI .....	96
Gambar 4.27	Rancangan Output Analisis Rasio Berdasarkan ROE .....	97
Gambar 4.28	Rancangan Output Analisis Rasio Berdasarkan PMS .....	98
Gambar 4.29	Rancangan Output Summary Graphics .....	99
Gambar 4.30	Rancangan Output Analisis Pesaing Berdasarkan Produk .....	100
Gambar 4.31	Rancangan Output Analisis Pesaing Berdasarkan Periode .....	101
Gambar 4.32	Rancangan Output Analisis Pesaing Berdasarkan Wilayah .....	102
Gambar 4.33	Rancangan Output Analisis Pasar Berdasarkan Produk .....	103
Gambar 4.34	Rancangan Output Analisis Pasar Berdasarkan Periode .....	104
Gambar 4.35	Rancangan Output Analisis Pasar Berdasarkan Wilayah .....	105

## DAFTAR LAMPIRAN

Layar Utama Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran PT. Newship Nusabersama	L-1
Layar Sistem Informasi Eksekutif Pemasaran PT. Newship Nusabersama .....	L-1
Layar Analisis Penjualan .....	L-2
Layar Evaluasi Penjualan .....	L-2
Layar Analisis Promosi .....	L-3
Layar Analisis Rasio .....	L-3
Layar Analisis Pesaing .....	L-4
Layar Analisis Pasar .....	L-4
Layar Utilities .....	L-5
Layar About .....	L-5
Layar Analisis Penjualan Berdasarkan Produk .....	L-6
Layar Analisis Penjualan Berdasarkan Periode .....	L-6
Layar Analisis Penjualan Berdasarkan Periode (2) .....	L-7
Layar Analisis Penjualan Berdasarkan Wilayah .....	L-7
Layar Ramalan Penjualan .....	L-8
Layar Ramalan Penjualan (2) .....	L-8
Layar Evaluasi Penjualan Berdasarkan Produk .....	L-9
Layar Evaluasi Penjualan Berdasarkan Periode .....	L-9
Layar Evaluasi Penjualan Berdasarkan Periode (2) .....	L-10
Layar Evaluasi Penjualan Berdasarkan Wilayah .....	L-10
Layar Analisis Promosi Berdasarkan Produk .....	L-11
Layar Analisis Promosi Berdasarkan Periode .....	L-11

Layar Analisis Promosi Berdasarkan Periode (2) .....	L-12
Layar Analisis Promosi Berdasarkan Wilayah .....	L-12
Layar Analisis Promosi Berdasarkan Jenis Media Promosi .....	L-13
Layar Evaluasi Efektivitas Promosi .....	L-13
Layar Return On Investment (ROI) .....	L-14
Layar Return On Equity (ROE) .....	L-14
Layar Profit Margin on Sales (PMS) .....	L-15
Layar Summary Graphics PT. Newship Nusabersama .....	L-15
Layar Analisis Pesaing Berdasarkan Produk .....	L-16
Layar Analisis Pesaing Berdasarkan Periode .....	L-16
Layar Analisis Pesaing Berdasarkan Wilayah .....	L-17
Layar Analisis Pasar Berdasarkan Produk .....	L-17
Layar Analisis Pasar Berdasarkan Periode .....	L-18
Layar Analisis Pasar Berdasarkan Wilayah .....	L-18